



## SYNTHESE N°26

### DEVELOPPER L'ACCUEIL DES CROISIÈRES DANS LES PORTS EUROPEENS

Situées à l'interface du transport maritime et du tourisme, industrie résolument tournée vers le passager, les croisières constituent un produit de loisir utilisant le navire comme moyen. Le marché connaît depuis une dizaine d'années une croissance forte qui s'étend aujourd'hui à toute l'Europe. De nombreuses villes et ports, hier exclus des circuits de croisière, émergent actuellement et tentent de se positionner sur ces nouveaux marchés.

#### Un marché en pleine croissance

##### La flotte et les zones d'activité

La flotte de paquebots est en pleine expansion : une cinquantaine de navires est en construction actuellement<sup>1</sup> et parallèlement d'anciennes unités sont restaurées, qui viennent encore accroître les capacités des compagnies. La durée d'exploitation (très longue), le faible nombre de navires désarmés et la mise à la ferraille quasiment nulle sont autant de facteurs qui pourraient même contribuer, à terme, à un excès d'offre sur le marché, comme le prévoit le spécialiste français de la croisière Michel Bagot.

L'affectation des capacités montre la prépondérance de l'Amérique comme zone d'exploitation des paquebots, mais également l'existence d'une forte fréquentation européenne.

#### Déploiement de l'offre mondiale de croisière - 1999

	Lits-jours <sup>2</sup>	Part (%)
<b>Am. Nord et Centrale</b>	<b>36 167 000</b>	<b>54,8</b>
<i>Caraïbes et Bahamas</i>	<i>25 316 900</i>	<i>38,1</i>
<i>Autres</i>	<i>10 850 100</i>	<i>16,7</i>
<b>Europe</b>	<b>15 914 000</b>	<b>24,2</b>
<i>Méditerranée</i>	<i>11 298 940</i>	<i>17,2</i>
<i>Eur. N-O + Transat.</i>	<i>4 615 060</i>	<i>7,0</i>
<b>Reste du monde</b>	<b>13 857 000</b>	<b>21,0</b>

Source : J. Charlier d'après ShipPax Information

En activité tout au long de l'année, l'armateur doit trouver pour sa flotte des zones où son exploitation est la meilleure possible. Il va donc repositionner ses navires en fonction des zones climatiques qui influencent fortement la demande : les navires opérant en Amérique ou dans le reste du monde en hiver viennent se repositionner en Europe au printemps. Il n'y a donc pas un mais des marchés de la croisière : la mobilité du navire permet à son exploitant d'optimiser son remplissage et de positionner son navire là où se trouve la demande.

<sup>1</sup> Dont 17 aux Chantiers de l'Atlantique en avril 2000.

<sup>2</sup> (Nombre de couchettes basses)\*(nombre de nuits passées en mer)

### Saisonnalité de l'offre mondiale de croisière en 1999 (% de l'offre mondiale)

	1 <sup>er</sup> trim	2 <sup>e</sup> trim	3 <sup>e</sup> trim	4 <sup>e</sup> trim
<b>Amérique du Nord et Centrale</b>	62,8	52,1	49,2	57,3
<b>Reste du Monde</b>	33,0	15,7	12,0	24,6
<b>Total Europe</b>	4,2	32,2	38,8	18,1
<i>Méditerranée</i>	3,2	23,6	24,9	16,8
<i>Eur. N-O + Transat.</i>	1,0	8,6	13,9	1,3

Source : J. Charlier d'après ShipPax Information

Au niveau régional, la zone Europe peut être segmentée en deux sous-marchés : la Méditerranée d'abord, où la saison s'étend de mi-avril à mi-novembre (avec un pic de fréquentation à la fois en début et fin de saison), et l'Europe du Nord-Ouest à la saison plus courte (de fin mai à mi-septembre). Dans cet ensemble, les côtes atlantiques ne constituent pas encore aujourd'hui une destination en soi. Elles sont tout de même visitées par de petites unités offrant des prestations haut de gamme, et lors du repositionnement des navires entre le nord et le sud de l'Europe, ou au moment des migrations transatlantiques.

### Un engouement croissant pour la destination Europe

Depuis le début des années 90, la démocratisation du marché de la croisière renforce le potentiel de clients. Des compagnies comme Carnival ont développé le concept de croisières "abordables", vendues à prix coûtant, les armateurs misant sur les dépenses annexes des passagers (casino, boutiques, bar) pour asseoir leur rentabilité. Ainsi au niveau mondial en 1999, le nombre de croisiéristes s'élève à 9,5 millions, dont 1,7 millions d'Européens ; le marché est en phase de mutation depuis 10 ans avec un taux de croissance annuel avoisinant les 12%.

### Les fondamentaux de la demande de croisière

<b>Zones émettrices</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Niveau de développement économique</li> <li>· Accès au temps libre</li> <li>· Conjoncture économique</li> <li>· Démographie (vieillesse des populations)</li> </ul> Climat (froid ou pluvieux)
<b>Zones réceptrices</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>· Proximité des zones réceptrices ou bonne desserte</li> <li>· Patrimoine culturel et touristique, sites naturels</li> <li>· Stabilité politique<sup>3</sup></li> </ul> Climat : doux ou chaud en été, chaud en hiver

La croissance de la destination Europe provient, en partie, de l'évolution du comportement de la clientèle nord-américaine.

<sup>3</sup> Très sensible aux facteurs dangers/risques des zones fréquentées par les paquebots : voir par exemple l'impact d'un abordage de navire par des pirates en Méditerranée en 1985, ou la guerre du Golfe en 1991 ou plus récemment la guerre du Kosovo sur le marché méditerranéen.

En effet, si le paquebot constitue incontestablement l'objet principal du voyage, cette clientèle s'oriente moins systématiquement vers des croisières de loisirs purs, et commence à s'intéresser à des produits plus axés sur les patrimoines culturels, historiques, gastronomiques des régions visitées, etc. autant d'atouts dont les ports européens peuvent se prévaloir pour attirer les escales des paquebots.

### Fréquentation de la zone européenne

	1988		1997	
	<i>Lits-jours</i>	<i>Part mond.</i>	<i>Lits-jours</i>	<i>Part mond.</i>
<b>Eur. Nord</b>	610 594	2,62%	2 821 643	7,17%
<b>Méd.</b>	1 725 086	7,40%	3 286 598	8,35%

Source : G.P. Wild, Cruise Europe Guide 1998

Il existe également une clientèle européenne latente, dont la frange la plus dynamique est composée de passagers britanniques et allemands.

### La clientèle européenne (milliers de passagers)

	1988	1990	1993	1996
<b>Royaume-Uni</b>	142	186	265	429
<b>Allemagne</b>	190	190	255	357
<b>France</b>	*	*	133	154
<b>Italie</b>	*	*	115	167
<b>Espagne</b>	*	*	23	27
<b>Autres +</b>	175	180	60	112
<b>TOTAL</b>	<b>507</b>	<b>556</b>	<b>851</b>	<b>1246</b>

Source : G.P. Wild, Cruise Europe Guide 1998

(\*) inclus dans " Reste de l'Europe "

(+) hors ex-Union Soviétique

Au niveau français, 224 000 passagers ont embarqué sur des paquebots en 1999<sup>4</sup> et des spécialistes du secteur comme Yannis Vassilakopoulos de Croisimer misent même sur « un potentiel de 3,5 millions de personnes » à terme.

### La croissance des croisiéristes français

1993	1996	1997	1998	1999
100 000	153 813	164 535	200 370	223 810

Source : Croisimer, mars 2000

### Les attentes des armateurs

Les compagnies de croisières se répartissent sur 3 créneaux de marché :

- 1) Les grandes entreprises, leader sur le marché (Carnival, RCCL et P&O accaparent 50% des parts de marché) exploitent leurs navires mondialement et sont à la recherche d'économies d'échelle,
- 2) Des entreprises aux flottes plus modestes (Star Cruises, Festival, Royal Olympic) opèrent principalement sur des marchés régionaux,
- 3) De petites compagnies exploitent des petits navires et se positionnent sur des marchés de niche.

<sup>4</sup> Ne sont pas comptabilisés dans ces chiffres les croisières fluviales : 140 000 passagers en 1999 contre 105 000 en 1998.

Parallèlement à ces opérateurs « traditionnels », on assiste depuis quelques années à l'implantation sur le marché de tour opérateurs, qui, via des stratégies d'allotement ou d'affrètement, proposent à leur clientèle habituelle des produits croisières.

### **Ports d'escale ou tête de ligne**

Aujourd'hui, la diversité de la gamme des produits commercialisés par les armements rend potentiellement accessibles les escales de paquebots à tous les ports, à condition de répondre aux attentes des armateurs. Toutefois, très exigeants sur la qualité de l'accueil et des services, ceux-ci sont en position de force sur le marché, et ont la possibilité de substituer très facilement un port à un autre en cas de mauvaise prestation.

Il faut cependant distinguer les ports d'escale des ports tête de ligne. Pour les premiers, les compagnies souhaitent avant tout disposer d'un bon hinterland touristique, de guides compétents, d'excursions attrayantes et originales proposées par des agences dites « réceptives », alors que pour se positionner en tête de ligne, un port devra surtout être situé à proximité d'un aéroport international et être doté d'une infrastructure hôtelière développée.

### **Les terminaux dédiés**

Exigés par les armateurs comme la garantie d'un accueil de qualité, les terminaux dédiés posent de nombreux problèmes aux ports d'accueil, surtout s'ils sont émergents. Il faut d'une part amortir l'équipement avec un seuil minimal de passagers, mais la pertinence de l'investissement dans ce type d'infrastructures se pose également : d'autres activités portuaires peuvent, en effet, se révéler beaucoup plus rentables pour le port.

Les collectivités locales n'envisagent de construire des terminaux dédiés qu'à la condition de constater au préalable l'arrivée de croisiéristes, alors que dans le même temps les compagnies conditionnent leurs escales à la mise en place d'une zone réservée à l'accueil des passagers.

Le port de Douvres, où n'escalaient en 1991 que 3 navires, a investi 45 millions de dollars dans un terminal à croisières et se positionne actuellement comme le premier port de Grande-Bretagne pour l'accueil des paquebots, avec 122 escales en 1999. A l'inverse, la ville-port de Copenhague, qui se définit elle-même comme « la capitale de la croisière en Europe du nord » n'a pas souhaité se doter d'un terminal à passagers, mais reçoit 164 escales et se positionne comme port tête de ligne. Elle a su innover et développer le concept de « ville-terminal », consistant à utiliser les équipements urbains existants (seulement 2 000 dollars d'investissement !), et à se tourner vers les passagers pour leur offrir un accueil privilégié et les prendre véritablement en charge en attendant leur embarquement<sup>5</sup>.

### **Initiatives locales pour l'accueil des croisières**

Face à la croissance d'un marché que certains considèrent encore à un stade de démarrage, devant la saturation de certaines zones traditionnelles d'escales, et en réponse à l'expression d'une demande de plus en plus éclectique, toute place portuaire peut se vendre comme un lieu d'escale. Les régions d'accueil, plus que les ports eux-mêmes, convoitent de plus en plus les escales, souvent perçues comme un vecteur de recettes pour l'économie locale.

### **La promotion de la place locale**

---

<sup>5</sup> Simplification des formalités douanières, accueil dans une salle aménagée avec collation, télévision internationale, prise en charge des bagages, mise à disposition de guides, lignes de bus adjacentes.

Pour se positionner dans les circuits de croisières, les ports mais plus encore leur région, doivent d'abord se rendre attractifs et s'imposer comme des sites incontournables : actions fortes de promotion, mais également travail de concertation et de mobilisation avec l'ensemble des acteurs impliqués, pour présenter des prestations solides et cohérentes. Ceci passe notamment par la constitution d'associations<sup>6</sup>, éventuellement même avec des ports voisins ou étrangers, avec qui il est possible de proposer des produits communs, ce qui intéresse d'autant plus les croisiéristes.

En ce qui concerne les ports émergents, il faut développer des couples produits-marchés basés sur la saison de fréquentation, la clientèle ciblée et la nature de l'escale proposée.

Tous les ports n'ont pas la capacité d'accueillir des navires de très grandes taille. Chacun doit trouver son créneau et se positionner sur le segment de marché sur lequel il est réaliste d'envisager un développement. Certains ports, même à l'écart des routes traditionnelles, peuvent envisager l'accueil des paquebots en expérimentant, en inventant des produits pour susciter la demande, en procédant par tâtonnements et ajustements. Sur la façade Atlantique par exemple, les escales de navires remontant de Méditerranée vers le nord de l'Europe imposent un déroutement. Bordeaux a transformé ce handicap en atout, et propose l'allongement de l'escale.

### **L'accueil du navire et des passagers**

Il s'agit là du point fondamental à améliorer sans cesse et qui est susceptible d'inciter les compagnies à revenir<sup>7</sup> : il faut réellement assurer la prise en charge des passagers, qui se reposent totalement sur les prestations qu'on leur propose, et devancer leurs besoins. Les régions d'accueil doivent impérativement assurer la fiabilité et la facilité technique de l'escale ; les acteurs locaux doivent faire preuve d'une très grande souplesse et d'une forte réactivité vis-à-vis de l'accueil du navire.

Les armateurs ne sont pas enclins à payer l'escale du navire au port. A Miami, capitale internationale de la croisière, l'autorité portuaire projette d'instaurer une taxe de 4\$ par passager, et se heurte à une forte opposition des armateurs. A contrario, certains ports ou villes d'escales n'hésitent pas à appliquer des tarifs d'escale préférentiels aux paquebots, voire même à prendre à leur charge une partie des dépenses, comme par exemple la mise à disposition gratuite de navettes entre le port et le centre ville.

### **Les impacts pour les régions d'accueil**

#### **Les retombées économiques de l'escale**

Elles bénéficient à une multitude de professions intervenant à 3 niveaux : le port, la ville d'accueil et la région. L'accueil de paquebots ne constitue pas une manne financière pour le port, mais les activités à terre peuvent être bien rémunérées, les aspects logistiques étant en général pris en charge par la localité d'accueil. Difficiles à chiffrer précisément au regard de la diversité des situations, leur impact et les postes concernés vont en fait varier selon le nombre de passagers et leur origine, le type de croisière effectuée et la position du port dans le circuit de l'armateur. Au-delà des simples services aux passagers, les régions d'accueil peuvent trouver dans ces escales l'opportunité de développer un éventail beaucoup plus large de services au navire et à son équipage.

---

<sup>6</sup> Des partenariats entre port, union maritime, commerçants et office du tourisme se mettent déjà en place sur la façade Atlantique.

<sup>7</sup> A l'issue de chaque escale, le Commandant du navire rédige un rapport qui porte sur le rôle de l'agent et la façon dont il s'est acquitté de sa mission, ainsi que sur la satisfaction des passagers.

Les escales engendrent de toutes façons un trafic nouveau et des recettes supplémentaires qui, si elles ne sont pas lucratives pour le port seul, peuvent, à condition d'associer les partenaires locaux dans une démarche de promotion commune, bénéficier à une communauté portuaire ou régionale plus étendue, et servir d'alibi au financement d'investissements profitables à l'ensemble des partenaires.

### L'image de la place portuaire

Les villes portuaires n'étant pas toujours de grands centres touristiques, la venue de paquebots constitue un véritable outil de communication ; valorisante elle permet de réhabiliter leur image, tout en confortant leur ouverture maritime. Le port de Gênes par exemple, autour de la construction d'une gare maritime, s'emploie à restaurer l'attractivité de la place portuaire et à casser l'image industrielle qu'il véhicule.

### Acteurs et activités concernés par les retombées de l'escale

<b>PORT</b>	<p><b>. Approche :</b> Pilotage, remorquage, lamanage</p> <p><b>. Droits portuaires</b></p> <p><b>. Réception :</b> Consignation } Avitaillement } agence maritime</p>	70-100 K€/escale 200 F/passager en moyenne *
	<p>assistance technique</p>	
<b>VILLE</b>	<p><b>. Réception à terre :</b> Produits locaux Guides/interprètes Folklore</p> <p><b>. Déplacements :</b> Bus, taxis, navettes Aéroport</p> <p><b>. Shopping</b></p> <p><b>. Hébergement</b></p>	600-1000F/passager en moyenne **
	<p>logistique terrestre</p>	
<b>REGION</b>	<p><b>. Excursions :</b> Voyagistes Sous-traitants Restauration</p> <p><b>. Shopping</b></p>	600-1000F/passager en moyenne **
	<p>activités touristiques</p>	

Source : J.P. Pagès, *La croisière dans les ports français : intérêt économique*, AFIT, 1998

(\*) Se répartissent par tiers entre le port, les intervenants portuaires et l'agent maritime (\*\*) Se répartissent pour moitié entre excursion et shopping par escale de transit et par tiers avec l'hôtellerie-restauration en tête de ligne

## **Conclusion**

Dans un contexte de croissance forte du marché, les enjeux liés au développement de l'accueil de navires dans les ports consistent aujourd'hui à mobiliser les acteurs locaux et régionaux pour offrir des prestations cohérentes, et à faire prendre conscience aux institutionnels des enjeux mais aussi des contraintes que les croisières imposent.

En admettant l'idée avancée par certains acteurs locaux que la somme des recettes individuelles tirées de l'activité de croisière est positive pour la collectivité, et donc qu'elle doit supporter le coût du développement d'infrastructures, il est dès lors nécessaire de mesurer les flux monétaires pour savoir où se localisent les retombées économiques par rapport aux collectivités qui financent l'activité.

*(Mikaël Uguen)*